

С. БАРАНОВА

УрГУ,

г. Екатеринбург

Программа рекрутинга Армии США «An Army Of One»

10 января 2001 года Министр сухопутных войск Луи Калдера (Secretary of the Army Louis Caldera) объявил о проведении новой кампании вербовки и рекламы, основой которой стал слоган «An Army Of One». Это было первое серьезное изменение в рекламном направлении Армии США с 1981 года.

Эта кампания, результат обширного исследования, представляет собой мощный призыв XXI-ого века, который выдвигает на первый план ценности Армии и их связь с личными устремлениям современной молодежи.

Новая кампания использует весь диапазон средств информации — от телевидения и радио до прямого обращения к серверу www.goarmy.com и мероприятий в сети Интернет, — для обращения к целевой аудитории: молодежи и тем, кто влияет на молодежь.

В рамках кампании можно выделить программу вербовки и рекламную акцию. Как рекламная акция, кампания стремится подчеркнуть положительный имидж вооруженных сил США. Целью кампании как рекрутинговой программы является вербовка необходимого

годового количества молодых людей в Армию США. Естественно, что обе программы тесно взаимодействуют между собой: рекрутеры делают акцент на престиже службы в Армии, а рекламные объявления призывают молодых людей вступать в ряды вооруженных сил США.

Кампания имеет две задачи: показать совпадение идейных запросов рекрутов и Армии; выделить материальные выгоды от службы в Армии США.

Слоган «An Army Of One» имеет два значения: первое отражает персональную отдачу каждого Солдата, второе говорит об уникальном духе команды, который может возникнуть только в Солдате. Команда работает как один человек.

Фраза обращена к потенциальным новобранцам. Современная молодежь живет в обществе «Я и сейчас», мало заботясь о прошлом и будущем, сконцентрировавшись только на себе. «An Army Of One» проникает в это эгоцентричное сознание и показывает личные выгоды Солдата и награды за службу в рядах национальных вооруженных сил.

В качестве материальных выгод Армия США предлагает:

Образовательные возможности:

Армия верит, что сотрудничество с системой образования является одним из ключевых факторов успешного будущего. Профессиональное обучение и опыт вместе с широким диапазоном образовательных возможностей делают солдата и человека лучше. Армия предлагает разнообразие финансовых программ, помогающих солдатам возместить затраты на обучение в колледже или оплатить их дальнейшее образование в течение или после военной службы.

Возможность увидеть мир:

Солдаты могут быть размещены где угодно: в Америке, Германии, Италии, Бельгии, на Гавайских островах, в штате Аляска, Азии или на Дальнем Востоке. Неся службу в чужой стране, Солдат видит ее так, как не видит ни один турист. У Солдата есть возможность встретить людей, изучить язык и познакомиться с другой культурой, проживая при этом в американском поселении.

С финансовой точки зрения Армия может предложить очень многое:

□ Заработная плата — средний стартовый заработок \$1000 в месяц.

□ Место проживания — бесплатно.

□ Медицинская и стоматологическая помощь — бесплатно либо по льготным расценкам.

□ Почтовые переводы — по льготным расценкам.

□ Юридическая помощь — бесплатно.

□ Страхование жизни — по льготным расценкам.

□ Пенсия — после 20 лет службы в действующей Армии.

Но, несмотря на все блага, предоставляемые Армией США Солдату, недостаточно просто обеспечивать их — необходимо рассказывать о них потенциальным новобранцам. Этим занимается Командование рекрутинга Армии США (United States Army Recruiting Command). Помимо личного обращения к молодому человеку, Армия эффективно использует такие PR-методы, как реклама, паблисити, метод гостеприимства, песни, слоганы и визуальные изображения, специальные PR-мероприятия.

Таким образом, тщательно разработанная идея кампании рекрутинга Армии США «An Army Of One» и забота об успехе Солдата, вкупе с успешной работой со СМИ, эмоциональным подходом и двусторонней коммуникацией, позволили Армии США в течение последних трех лет точно выполнить нормы набора. Полностью волонтерская Армия успешно существует в течение 30 лет. Кроме того, благодаря продуманной PR-политике Армии США, 10 лет подряд в рейтинге Harris Poll по степени доверия населения руководство вооруженных сил занимает первые позиции.